Diretta e tg La Rai rinnova il suo sito su Internet

In seria difficoltà nel duello televisivo con l'agguerrita concorrenza Mediaset, la Rai si riscatta sulla Rete delle reti. Dopo quasi tre anni di sperimentazione, infatti, il sito Internet www.rai.it, che da oggi raccoglie ben 38 indirizzi, esce dalla «fase artigianale» e si trasforma in un vero e proprio broadcast telematico, all'avanguardia in Europa. Il nuovo sito dell'azienda pubblica - con una capacità di memoria di circa 500.000 pagine web - è stato presentato ieri dal vicedirettore generale Guido Vannucchi e dai responsabili di tutte le strutture presenti in rete. Tra le novità, la comparsa dei tg regionali con servizi e immagini, che potranno dunque essere seguiti anche dai tanti italiani sparsi per il globo, dirette in «reelaudio» per Radiorai (che offre anche una nuova versione on-line della rubrica «Golem», con tutte le puntate degli ultimi due anni), l'ampliamento del settore dedicato a Rai Educational. Ma la parte del leone è riservata allo sport, che da quest'anno si avvarrà della diretta per seguire gli eventi più importanti, dalle Olimpiadi invernali di Nagano ai mondiali di calcio di Francia '98. Da segnalare anche Raicast, che con la tecnologia «Internet push» offre agli utenti la possibilità di selezionare i materiali preferiti tra quelli segnalati dal menù direttamente sul proprio indirizzo di posta elettronica. Un occhio alla interattività, quindi, e uno al mercato: l'idea, infatti, è quella di individuare quella gamma di servizi che in futuro potranno essere offerti a pagamento.

TELEVISIONE Contratto triennale per il conduttore, in autunno un varietà

Con Bonolis da diciotto miliardi Mediaset punta alla Lotteria Italia

«In Rai non c'erano interlocutori». Costanzo pensa di utilizzarlo nel 1999 per «Buona Domenica» A viale Mazzini, Minoli fa i dispetti a Freccero. Da ieri «Macao» non c'è più: faceva il 5% di ascolti.

ROMA. Santo Bonolis. Come niente porterà in Mediaset la lotteria Italia. Un bell'amo per il ministero delle Finanze, un bel programma nuovo del sabato sera di Canale 5. E intanto un bel contratto rinnovato, 18-20 miliardi in tre anni. Per annunciare la novità certa, per disegnare le novità possibili, ieri pomeriggio al centro di Roma si sono schierati tutti gli uomini che contano nel regno che fu di Silvio, ed ora è di Pier Silvio (Berlusconi). Il fondatore, però, è sempre presente, per esempio nella citazione di Fedele Confalonieri, presidente del gruppo, che ha aperto ieri la conferenza stampa alla presenza di Mario Brugola (direttore generale), Maurizio Costanzo (direttore di Canale 5), Paolo Vasile (direttore del centro di produzione di Roma) e Adriano Galliani (amministratore delegato). Diceva, Berlusconi: «Noi siamo nella pancia delle persone». E, forse, in modo meno approssimativo si può tradurre l'immagine così: noi parliamo alla pancia, stabiliamo correnti emotive. Come quella che Paolo Bonolis alimenta con il suo vitalismo. Un vitalismo quasi annientato - ha confessato ieri, pur nella gioia del ritorno senza partenza - dal *tour de force* cui è stato sottoposto per onorare i 12 miliardi del contratto (biennale) precedente: «Lunedì e martedì registare tre puntate di *Tira e molla*, mercoledì dodici telepromozioni e le prove per *Beato tra le donne*, giovedì la diretta di *Beato tra le donne*, venerdì ancora *Tira e molla* e telepromozioni. Ti si impazziscono le sinapsi - ha concluso -, con un lavoro così. Quelle poche che ho». «Momento - ha aggiunto con l'animo del bravo ragazzo che non vuole essere mal giudicato - non sarò certo io a lamentarmi, ma è proprio il pubblico che ci rimette, la stanchezza ti impedisce di inventare qualcosa di vero, ti rifugi nell'accademia. E a me non piace».

Paolo Bonolis alla conferenza stampa di Mediaset Claudio Onorati/Ansa

Tutto diverso, questa volta, dopo il brivido che ha percorso Cologno e dintorni all'idea di perdere l'uomo d'oro. Ha ammesso Mario Brugola: l'investimento Bonolis ha fruttato a Mediaset più di quanto sia stato speso. «Nel preserale eravamo perdenti con la Rai di *Lunapark*, e in sei mesi abbiamo sorpassato». La pubblicità se n'è accorta; e se n'è accorto il pubblico, che sondato dall'*Abacus* ha fatto salire l'indice di notorietà di Paolo Bonolis dall'86 al 96% in due anni. Anche la percentuale di chi lo considera «bravo» è cresciuta: dal 51 al 74 per cento. Tutto diverso, quest'anno e nel triennio prossimo venturo: garante Maurizio Costanzo, Bonolis condurrà in autunno soltanto un nuovo varietà del sabato sera, da lui stesso inventato insieme a Stefano Magnaghi. L'altro appuntamento fisso, è per la stagione dopo ancora, 1999-2000. A cavallo del Giubileo, per Bonolis ci sarà il pomeriggio domenicale. Ma molte e varie potrebbero essere le novità improvvise, secondo l'uso televisivo del momento, la creazione di eventi estemporanei. Così, ha detto Costanzo, «un frequentatore televisivo come Bonolis deve misurarsi con diversi spazi». Anche con l'attualità, perché no? Il direttore di Canale 5 definisce se stesso e il suo gruppo: «preferiamo essere mobili, rapidi».

C'è un'aria di soddisfazione neanche troppo ostentata, nel *roof garden* dell'Hotel Eden dove Mediaset tiene la sua conferenza stampa. «È un momento felice, per noi», dicono: un momento felice che potrà diventare felicissimo quando con Fabio Fazio anche la pancia un po' più auto-ironica e di sinistra potrà vibrare di emozioni nella loro tv. «Continuiamo a vederci, felicemente», dice Maurizio Costanzo: «Fabio Fazio ha il contratto con la Rai fino al 1999, ma questo non è un problema». Non potrebbe fare *Quelli che il calcio*, però...«I diritti della Rai per il calcio minuto per minuto scadono a giugno del 1999», sorride Adriano Galliani.

Verrebbe da dire: «Fabio, non farlo!», ma come si fa, a restare alla Rai: «Mi sono accorto che in Rai alle buone intenzioni non corrisponde una possibilità concreta: non ci sono interlocutori certi», come dice Paolo Bonolis. E quando si può, ci si dà la zappa sui piedi. Come ha fatto Giovanni Minoli (Raitre) ieri con Carlo Freccero (Raidue), bloccando la partecipazione di Michele Mirabella e Marino Bartoletti a *Furore*. Se pensate che Mediaset non ha bloccato né Vianello né Bongiorno, ma li ha prestati volentieri alla concorrenza: tutta pubblicità gratuita. E nei venti di tempesta, svanisce senza un lamento *Macao*, di cui ieri sera s'è recitata l'ultima trasmissione, dopo giorni e giorni al 5% (medio) di ascolti. Segno dei tempi, è stato superato da *Sarabanda* di Enrico Papi (Italia 1).

Nadia Tarantini

Anche un «noir» nella fiction di Radiodue

Risveglio alla X-Files ogni mattina alla radio E il cinema vuole tutte le sceneggiature

ROMA. *X-Files* a colazione, con le voci italiane di *Blade Runner* (Michele Gammino e Alessandro Jovino). Un inquisitore del Trecento che sta accompagnando parecchie migliaia di famiglie italiane in quell'ora di passaggio fra la casa e il mondo extra-domestico. Tra le 8.50 e le 9.10 del mattino, su Radiodue. *La scala per l'inferno* di Valerio Evangelisti va forte, tra il caffè e la rasatura della barba. Nicolas Eymerich, protagonista anche dei libri di Evangelisti, con i dischi volanti che uniscono quel tempo lontano al nostro, spopola. Come è andata forte, l'anno scorso, *Il mercante di fiori*, di Diego Cugia: cinquanta puntate, alla stessa ora, per la bella ragazza italiana rapita a Bangkok e costretta a prostituirsi ad altissimo livello. Le due *fiction* radiofoniche di lunga serie sono state adocchiate, o meglio orecchiate, da produttori cinematografici e *Il mercante di fiori* lo potremo rivedere anche in tv. Il cinema vuole già anche il *noir* che non è ancora andato in onda (*Blu notte* partirà il 2 marzo prossimo), scritto in coppia da Melania Mazzucco, autrice de *Il bacio della Medusa,* romanzo d'esordio bello e sorprendente, e da Luigi Guarneri (30 puntate). *Blu notte* racconta le storie di tre poliziotti, il buono il duro e il donnaiolo, l'indagine che conducono li condurrà fra gli orrori delle notti romane, con una trama che si complicherà di mattina in mattina. Proposte cine-televisive, infine, anche per la nuova opera di Diego Cugia, *Domino*, cinquanta puntate in onda dal 13 aprile, tema la clonazione. E stavolta «è» (anche) la Bbc. La *broadcasting company* londinese ha acquistato i diritti di *Popcorn*, radiodramma di Tiziano Scarpa, che la Rai ha trasmesso l'anno scorso e che aveva vinto il premio Italia a Ravenna, successo Rai per la prima volta dopo diciassette anni.

Forse la radio è un mezzo più flessibile della tv - sicuramente più comodo da portarsi dietro -; forse gli autori, stanchi di non poter produrre niente di originale in tv (tirannia degli ascolti) si sono trasferiti in massa alla radio. Ma certo la stagione radiofonica è stata più brillante, e non solo nella *fiction*. E oltre agli ascolti (35 milioni di persone ogni giorno) ha fatto anche *business*, nel suo piccolo. *Popcorn* è stato venduto in moltissimi paesi, dalla Finlandia alla Slovacchia, ha varcato l'Oceano approdando in Canada. *Popcorn* è un battibecco telefonico fra sette voci, che corrispondono a quattro personaggi-attori, che si sdoppiano o si triplicano per colpi di scena ed effetti comici.

Comico anche il nuovo varietà della domenica mattina, su Radiodue: *Buono Domenico!*, dall'8 febbraio alle 9,30, condotto da Dose&Presta, i «conigli». «La trasmissione - hanno detto Marco e Antonello - sarà completamente fatta a mano per cercare di svegliare l'italiano che la domenica mattina dorme». E chi è, Domenico? e perché deve stare buono? «Domenico è quel cugino che le mamma ci *ammollavano* quando eravamo piccoli, che doveva venire sempre con noi e non ci capiva niente...così ogni tanto bisognava dirgli: buono, Domenico!». Intanto, noi radio-ascoltatori, avremo un'alternanza regolare di sketch e brani musicali di successo.

Ed ecco i prossimi concerti *esclusivi* di Radiodue: domani il concerto degli «Ustmannò»; mercoledì 11 febbraio il *Radioshow* dei Pearl Jeammartedì 17 febbraio Fiorella Mannoia e giovedì 19 marzo uno speciale con tredici brani dei Rolling Stones.

N.T.